

Sozial, ökologisch, profitabel?

Korbinian Biller mit Leon Reiner und Stephan de la Peña

Die Liste gesellschaftlich-ökologischer Probleme unserer Zeit ist lang und ihre Betrachtung kann leicht ein Gefühl der Ohnmacht hervorrufen. Tatsächlich ist es aber wenig verwunderlich, wenn es den Anschein macht, als hätten wir der Vielzahl unserer Probleme keine adäquaten Lösungen entgegensetzen, solange sich nur ein winziger Bruchteil der Bürger mit den Lösungen der gravierenden gesellschaftlichen Probleme beschäftigt. Eine unternehmerische Gesellschaft, die ihr kreatives Potential der Lösung gesellschaftlicher Probleme widmet, dient, insbesondere in Zeiten schnellen Wandels, als Hoffnungsträger wo staatliche Top- Down Ansätze scheitern. Vorbilder dieser Vision sind Social Entrepreneurs. Darunter versteht man Menschen, die an der Realisierung innovativer Visionen arbeiten, welche das Potential für 'positiven' systematischen gesellschaftlichen Wandel haben. Im Rahmen des Tutoriums sollten die Teilnehmer das Feld Social Entrepreneurship praxisnah kennen lernen. Dazu sollten sie anhand selbstgewählter gesellschaftlicher Problemstellungen exemplarisch und methodengeleitet Lösungsansätze entwickeln und diese am Markt testen. Ziel des Seminars war es, den Teilnehmern exemplarisch Wege aufzuzeigen, wie sie unternehmerisch zur Lösung drängender gesellschaftlicher Probleme beitragen können. Dazu sollten sie ausgewählte Methoden (Design Thinking, Business Model Canvas, The Lean Start Up), spannende Case-Studies und die Unterstützerlandschaft kennen lernen.

Wie kann ich die Welt verändern?, so hieß der Titel unseres Q-Tutoriums im Winter 2012. ‚Soziales unternehmen‘, das könnte das Motto unseres Seminars sein. Social Entrepreneurship (Begriffe siehe Glossar am Ende), wie man international dazu sagt, das verbindet zwei Worte, hinter denen Konzepte stehen, die für manche Ohren gegensätzlich klingen. Können Unternehmen sozial sein? Oder kann Soziales unternehmerisch gestaltet werden?

Nach Problemen gefragt, die unsere Gesellschaft bestimmten, fiel es den Teilnehmer*Innen des Tutoriums nicht schwer, eine umfassende Reihe aufzuzählen. Doch wer für die Lösung dieser Fragen verantwortlich sei, fiel nicht immer leicht zu beantworten. Der Lösung technologischer Probleme nimmt sich seit jeher der Privatsektor an. Gesellschaftlich-ökologische Innovationen werden jedoch von unterschiedlicher Seite aus gestaltet. Seit Gründung der Sozialstaaten im 19. Jahrhundert, ist es in den meisten Ländern der Staatsapparat selbst, der sich der Versorgung benachteiligter Gruppen der Gesellschaft annimmt. Aber auch gemeinnützige Organisationen oder verantwortungsvolle Unternehmer sorgen sich um das gesellschaftliche Wohl und die Verbesserung der Lebensumstände. Seit einigen Jahren sind hier allerdings Verschiebungen zu beobachten.

Um Zielgruppen besser zu erreichen und ihre Mittel effizienter zu verwalten, gehen immer mehr gemeinnützige Organisationen den Weg, ihr Geschäft unternehmerischer zu gestalten. Reine, auf Spenden basierte Modelle werden seltener (vgl. Hurst 2012). Auf der anderen Seite werden an Unternehmen immer häufiger die Maxime adressiert, ihr Geschäftsmodell sozial und ökologisch verträglich zu gestalten. Das Ergebnis dieser Verschiebung sind Social Enterprises (vgl. Alter 2007), also Organisationen, die weder eindeutig dem Nonprofit-Bereich oder dem Profit-Bereich zuzuordnen sind.

Eine Non-Profit-Organisation, die unternehmerisch arbeitet? Ein Unternehmen, das im Kerngeschäft gesellschaftlichen Mehrwert schafft? All das sind Optionen, die immer mehr in den Fokus jener Menschen rücken, die etwas in ihrer Umgebung bewegen wollen.

Während das herkömmliche Bild einer schlecht ausgestatteten Non-Governmental-Organization (NGO), die all ihre Arbeit ehrenamtlich gestaltet, weiter an Gültigkeit verliert, machen sich immer mehr Unternehmen aus dem klassischen Profitbereich daran, ihre Geschäftsmodelle auf Nachhaltigkeit im ökologischen wie sozialen Sinne hin zu durchleuchten.

Uns als Individuen und kleineren Gruppen bietet diese Entwicklung ein spannendes Feld, auf dem wir selbst tätig sein können. Häufig befällt einen die Ohnmacht, angesichts der Vielfältigkeit und Verschränkung ökologischer und gesellschaftlicher Probleme. Viele erfolgreiche Beispiele haben aber gezeigt, dass es möglich ist, aus eigener Kraft heraus, Missstände zu identifizieren und eine geeignete Lösung zur Behebung des Problems zu entwickeln und umzusetzen (vgl. Ashoka 2013). Dabei sind es nicht notwendigerweise großzügige Spenden auf die eine Unternehmung angewiesen ist. Vielmehr ist es daran, Modelle zu entwickeln, die auf eigenen Beinen stehen und nachhaltig aufgebaut sind. Eine Möglichkeit, sich der Lösung dieser Umstände anzunehmen ist, selbst aktiv zu werden und (im Kleinen) mit der Lösung von Problemen anzufangen.

Menschen mit diesem Anliegen ein passendes Werkzeug und Kontakte mit auf den Weg zu geben, das sollte in unserem Tutorium erreicht werden. Darüber hinaus wollten wir didaktische Ideen ausprobieren und ein interaktives Format gestalten, in dem sich die Arbeitsgruppen ihr Wissen weitestgehend selbst erarbeiten und so wenige Frontalsituationen wie möglich existieren.

Um nun eine Idee zu einem Konzept zu formen, werden bestimmte Instrumente benötigt, die wir aus unterschiedlichen Bereichen der Geschäftsgründung entlehnt haben. Auch diese Herangehensweise könnte als experimentell, da vorher noch unerprobt, bezeichnet werden.

Dazu zählte z.B. das Design Thinking. Dahinter verbirgt sich ein Set an Methoden, mit dessen Hilfe es möglich ist, eine Vielzahl von Ideen zu generieren, daraus einen Prototyp zu erstellen und diesen zu testen. Das dahinterstehende Prinzip lautet: Fail early, fail fast, fail often. Denn nur durch Ausprobieren und konstruktive Kritik am Konzept, lässt sich ein tragfähiges Konzept entwickeln (<http://dschool.stanford.edu/>).

Der Business Model Canvas (BMC) hilft dabei, Geschäftsideen bildlich und holistisch abzubilden. So lassen sich Schwachstellen und Hürden identifizieren, denen im weiteren Vorgehen nachgegangen werden kann (Mehr Infos unter: <http://www.businessmodelgeneration.com/>).

Wir haben versucht beide Konzepte in den Social Entrepreneurship Bereich zu tragen.

Die Ziele/ Ideen unseres Tutoriums:

- Möglichkeitssinn schärfen (Social Entrepreneurship als Handlungsansatz)
- Werkzeuge für universelle Anwendung vermitteln und ausprobieren
- Didaktisches Konzept ausprobieren (Learning Communities)

Abschließend können wir festhalten, dass wir mit einer tollen Gruppe zusammenarbeiten konnten. Sie ermöglichte es uns, unsere Ideen auszuprobieren. Wir konnten in vielen Bereichen hinzulernen und werden die Erkenntnisse in unser neues Q-Tutorium im Sommersemester 2013 einließen lassen. Mehr Informationen dazu: <http://bit.ly/11j4rZQ>

Glossar

Social Enterprise:

Ein Oberbegriff für alle Unternehmungen, ob gewinnorientiert oder nicht, deren Tätigkeitsfokus die Schaffung gesellschaftlichen Mehrwerts ist (vgl. Alter 2007).

Social Entrepreneur:

Von Entrepreneur, auch Unternehmer, kommend. Eine Person, die Geschäftsmöglichkeiten erkennt und eine Unternehmung organisiert, um diese Geschäftsmöglichkeit umzusetzen (nach Schumpeter). Mit Social Entrepreneur ist eine Person gemeint, die diesen Geschäftssinn im Sinne des gesellschaftlichen Mehrwerts einsetzt (vgl. Martin/Osberg 2007: 34).

Social Innovation:

Eine neuartige Lösung für ein gesellschaftliches Problem, die wirksamer, effizienter, nachhaltiger, oder gerechter als bestehende Lösungen ist und bei der die Wertschöpfung in erster Linie auf die Gesellschaft als Ganzes, anstatt auf Privatpersonen bezogen ist (Phills et al. 2008: 36).

Literaturverzeichnis

Alter, Kim (2007): Social Enterprise Typology. Virtue Ventures LLC. URL:

<http://www.4lenses.org/setypology/print> [abgerufen am 12.04.2013].

Ashoka (2013): he Rise Of Social Innovation Education: Good News For Everyone - Forbes. URL:

<http://www.forbes.com/sites/ashoka/2012/09/27/the-rise-of-social-innovation-education-good-news-for-everyone/>, zuletzt aktualisiert am 11.03.2013 [abgerufen am: 12.03.2013].

Harris, Jeffrey A. (2012): Transformative entrepreneurs. How Walt Disney, Steve Jobs, Muhammad Yunus, and other innovators succeeded. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Hurst, Aaron (2012): Is Business the New Charity? URL: [http://www.](http://www.ssireview.org/blog/entry/is_business_the_new_charity)

[ssireview.org/blog/entry/is_business_the_new_charity](http://www.ssireview.org/blog/entry/is_business_the_new_charity) [abgerufen am: 12.04.2013].

Lorenz, Tobias (2012): Social Entrepreneurs at the Base of the Pyramid. Marburg: Metropolis.

Martin, Roger L.; Osberg, Sally (2007): Social Entrepreneurship: he Case for Deinition. In: Stanford Social Innovation Review 5, 2, S. 30–39. URL:

http://www.ssireview.org/articles/entry/social_entrepreneurship_the_case_for_deinition [abgerufen am: 05.04.2013].

Phills Jr, James A.; Deiglmeier, Kriss; Miller, Dale T. (2008): Rediscovering Social Innovation. In: Stanford Social Innovation Review 6, 4, S. 36–43. URL:

http://www.ssireview.org/articles/entry/rediscovering_social_innovation [abgerufen am: 05.04.2013].

Schumpeter, Joseph (1934): he heory of Economic Development. Cambridge: Harvard University Press.